

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada loyalitas pelanggan skincare MS Glow *Clinic* Bandung, yang mana pada loyalitas pelanggan terdapat jumlah data member yang semakin menurun setiap tahunnya yang disebabkan oleh kurang baiknya kualitas produk dan harga yang diberikan oleh pihak MS Glow *Clinic* Bandung. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan secara simultan 51,5% dan sisanya 48,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 17,8% dan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan sebesar 33,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research began with the discovery of problems with MS Glow Clinic Bandung skincare customer loyalty, where customer loyalty shows that the number of member data is decreasing every year due to the poor quality of the products and prices provided by MS Glow Clinic Bandung. This research was conducted with the aim of finding out how much influence product quality and price have on customer loyalty. The research method that being used in this research is descriptive and verification methods with a total sample of 79 respondents. Research instruments testing are using validity and reliability tests. Data analysis method that being used in this research is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination. The results showed that there was a positive and significant effect between product quality and price on customer loyalty. The magnitude of the effect of product quality and price on customer loyalty is 51,5% and the rest 48,5% are influenced by other unexamined variables. Partially, the influence of product quality on customer loyalty is 17,8% and the of price on customer loyalty is 33,7%, so it can be concluded that price provides the greatest influence on customer loyalty.

Keywords: Product Quality, Price and Customer Loyalty.